

катов военного времени. Парк – излюбленное место для посещения молодоженов, прогулок омичей. Он соединяется с прекрасной лесопарковой зоной территории санатория «Ника».

ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимович Н.П. Парк «Советский» – парк нашей мечты / Н.П. Анисимович, А.В. Жидченко, Н.Ф. Хилько. – Омск, 2014. – 76 с.
2. *Дзиов А.Х.* Теория и методика социально-педагогической деятельности Парка Культуры и отдыха: автореф. дис...д-ра. пед. наук. М., 2003. – 53 с.
3. Фотографии парка 30-летия ВЛКСМ. – URL: <http://www.admomsk.ru/web/guest/city/culture/omsk-art/funds> (дата обращения: 12.09.2016).
4. Фотографии парков Омска. – URL: <http://omsk.media/dostoprimechatelnosti/parki> (дата обращения: 12.09.2016).

А. П. ЧЕРНЫХ

*кандидат исторических наук
Институт всеобщей истории РАН,
Россия, Москва
tchernik@igh.ras.ru*

ВИЗУАЛЬНЫЕ ПРИЗНАКИ В ЕВРОПЕЙСКОМ ГОРОДЕ СРЕДНЕВЕКОВЬЯ И РАННЕГО НОВОГО ВРЕМЕНИ

Аннотация. Город Средневековья и раннего Нового времени представлял собой сложноструктурированное эмблематическое пространство, состоявшее из нескольких уровней визуальных признаков. В нём были представлены гербы всего города и его частей, отдельных домов, горожан. Городское эмблематическое пространство было ответом на необходимость визуальной коммуникации как социальной потребности.

Ключевые слова: герб, геральдика, эмблематическое пространство, визуальные признаки

Городская геральдика не сводится только к гербу города. В исследовательском отношении точнее и перспективнее ставить проблему *геральдики в городе*, чтобы иметь возможность выявить условия существования визуальных признаков в урбанизированном социальном пространстве.

Город Средневековья и раннего Нового времени с визуальной точки зрения представлял собой сложноструктурированное эмблематическое про-

странство, состоявшее из нескольких уровней визуальных признаков. Своим общим гербом, находящимся на самом верхнем уровне, город участвовал во внешней коммуникации, в городских внешних сношениях – в его военных предприятиях, в отношениях с сеньором или сюзереном, с другими городами. Этот герб размещался на городских воротах, в публичных местах, на монете, правом чеканки которой город подчас обладал. На общегородском уровне существовала категория предметов, представлявшая собой эталонные изделия особой точности: весы, гири, меры и тому подобные. Они снабжались изображением городского герба, удостоверявшего их точность. Именно поэтому городской герб Нюрнберга был помещён на здании весовой.

Но этим эмблематическая визуальная коммуникация города не исчерпывается. Она присутствует и как внутригородская. Коммуникация уровня «городская власть – горожане» проявлялась в непосредственной визуализации гербов должностных лиц города, например капитулов Тулузы. В раннее Новое время – ещё и в униформе должностных лиц города, когда городские чиновники носили одеяния, как правило, цветов городского герба [2].

Существовал обычай визуально поощрять общественную деятельность на благо города. Так, в итальянском Ареццо те, кто достойно отправлял должность главы города, подеста и капитаны, начиная с 1434 г. получили право поместить барельеф со своим гербом на фасаде Палаццо претории. В результате фасад в Ареццо насчитывает более 80 гербовых изображений. И подобные «доски почёта» существовали во многих городах.

Имела место и визуализация отдельных частей города. Средневековая Тулуза была разделена на восемь кварталов, каждый из которых был представлен своим, традиционно присущим ему цветом: квартал Сен-Сернэн – жёлтым, квартал Пьер Сен-Жеро – чёрным, и так далее. Яркий пример такой внутригородской визуальной топографии – Пáлио в Сиене – реликт средневековой эмблематической повседневности.

Имелась визуальная разница и между отдельными приходами. Это проявлялось в первую очередь в праздничных шествиях, организованных таким образом, что эмблему – чаще всего образ святого – несли во время процессии. Так как приходы часто совпадали с кварталами традиционного поселения ремесленников одной специальности, то и несомый святой (или его атрибуты) совпадали со святым покровителем данного ремесла. Кроме того, часть городских ремесленников шла в особых одеяниях, например лондонские «ливрейные компании» XIV–XV вв., когда булочники имели одежду оливково-зелёного и оливково-коричневого цветов, ювелиры – белого и алого, кожевники – жёлтого и алого и тому подобно [3]. Это, естественно, церемониальная, а не повседневная одежда.

Частично визуальные признаки были временными, частично постоянными. Самое непосредственное отношение к визуальной коммуникации имела и городская топография. Поскольку в большинстве европейских городов вплоть

до конца XVIII в. нумерации домов не существовало, то не только общественно значимые дома (таверны, постоянные дворы), но и частные домовладения обозначались эмблематически: «У Красного Льва», «Под Короной» «Дом Синего вепря» и тому подобные. Эти домовые знаки имели распространение не только в германских землях, где они известны как Hausmarken, но повсеместно.

В помещении городских церквей присутствовали и гербы суверенов, и личные гербы донаторов, и гербы патронируемых братств. Известен пример «превращения» фасада храма в один гигантский герб – церковь Санта Мария делле Грации (1602 г.) в Гравина-ин-Пулья на юге Италии; в архитектуре дворца Сапиенция и церкви Св. Ива в Риме элементы герба папы Александра VII (гора и звезда) увеличились до размеров архитектурных сооружений.

Наконец, низший (но не значит что менее распространённый, скорее наоборот) уровень городской коммуникации составляла личная визуализация. В пределах города знаковое пространство наполнялось и определялось в основном гербами и знаками его обитателей.

В первую очередь это гербы благородных. Гербы благородных в городе – это нормальный элемент его геральдической структуры. После турнира и театра военных действий город – первое место, где сеньору оказывались необходимы его гербы. Герб на доме сеньора, над входом, функционировал не только как знак собственности, но и обозначал границу между публичным и частным. И уходя из общественного пространства в частное, герб продолжал существовать в интерьере – на оконных перелётах, над камином, над межкомнатными дверями, на спинке кресла домохозяина, над супружеским ложем, на gobelenaх на стене.

Диего де Валера в XV в. писал: «...кабальеро и благородные люди помещают свои гербы на общественных зданиях, и на гербовых коттах, и на всех других своих вещах, как им нравится, а простолюдины – нигде, кроме как в своих домах и в своих приходских церквях» [5, с. 135].

Гербы присутствовали и в повседневном облике горожан – на кошельках, поясных держателях ключей, сетках дамской причёски.

Купцы маркировали упаковки перевозимых товаров – тюки, бочки – своими знаками. Эти несложные знаки геометрического характера служили простой и общепонятной системой маркировки для обозначения принадлежности товаров. Простота исполнения диктовалась практическими потребностями: Купеческие марки были широко распространены, регистрировались и тщательно сохранялись; в ганзейских городах они рассматривались как доказательство законного владения.

Ремесленники, по меньшей мере, уже с XIII–XIV вв., ставили на продукции свои знаки-клейма, «по которым узнаются изделия этого мастера и потому эти товары лучше продаются и охотнее покупаются» [1, с. 314]. Это были хлебопёки (сохранился Гербовничек (Wappenbchlein) цеха булочников города

Люцерна 1408 г. – 59 гербов членов корпорации), кузнецы, изготовители бумаги. Известны знаки изготовителей кирпича и каменщиков: буквы, круги, треугольники, квадраты, кресты [4].

Известны примеры визуального обозначения групп городских низов и маргиналов: проституток, нищих, слепых. Попытки обозначить этноконфессиональные сообщества в городе – знаки иудеев и мусульман – тоже следует отметить в контексте городской визуальной коммуникации.

Очевидная насыщенность гербами и эмблемами городского пространства сложилась не сразу. Первыми в городе появились гербы привилегированного военного сословия. Они появлялись в связи с тем, что многие из них имели дома в городе; они присутствовали на турнирах, на праздниках, в связи с функционированием городского управления.

Гербы благородных были первыми, но не единственными в этом процессе. С ними активно и очень рано начали соперничать гербы корпораций, братств, разного рода сообществ как религиозных, так и торговых. Корпоративный принцип организации городского социума был основным; сам город был совокупностью корпораций и большой корпорацией. Локальные поселения ремесленных корпораций в городе порождали визуализацию городских приходов, складывались гербы отдельных районов города.

Генезис общего городского герба шёл от эмблемы, чаще всего связанной со святым покровителем города, которая становилась основой изображения городской печати, и затем превращалась в герб. Наряду с визуализацией святого покровителя допустимо и усвоение гербов сеньора города, и дарование гербов сюзереном, и усвоение гласного герба.

Городской герб занимает в иерархии *эмблематического пространства* высшее или одно из высших мест. Но для того, чтобы он так воспринимался, должна существовать среда, которая его на этот уровень выдвигает, обеспечивая его наличием более низких уровней. Если существует эмблематическая среда, воспринимаемая отдельным горожанином и понятная ему по своему языку, то тогда (а возможно и только тогда!) и весь город может быть выражен через герб как наиболее общую его эмблему.

В XIV–XVI вв. городская геральдика благодаря своей изменчивости, доступности образного языка и отчётливой социальной ориентированности обладала контрольно-сертификационной и коммуникационной функциями; а также стратификационной, когда посредством корпоративной и личной идентификации индивид определял своё место в сообществе. При этом коммуникационная функция герба проявлялась в городе в полной мере.

Общей причиной заката городской геральдики было исчезновение в городской жизни условий, которым обязаны своим существованием многие формы средневековой культуры. С их уходом потерял своё значение и герб. Это выразилось в утрате визуализации как основного принципа репрезента-

ции, наряду с распространением грамотности и постепенной заменой средневековой эмблематичности изображений на информативность надписей.

Феномен городской эмблематической среды в визуальной культуре Средневековья и раннего Нового времени заставляет спрашивать: в чём смысл существования городского *эмблематического пространства*? В том, что оно было логичным, органичным и экономичным ответом на необходимость визуальной коммуникации как социальной потребности в условиях городского социума. Поэтому обретение гербов населением города стало частью общего процесса становления визуальной культуры европейского Запада.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бартоло ди Сассоферрато*. О знаках и гербах. Вступ. статья, перевод А.П. Черных / Б. ди Сассоферрато // Средние века. Вып. 52. – М., 1989. – 314 с.
2. *Левинсон К.А.* Бюрократия немецкого города XVI–XVII вв.: опыт исторической антропологии и бюрократии / К.А. Левинсон. – М., 2000. – С. 71–77.
3. *A New Dictionary of Heraldry* / Ed. by S. Friair. – London, 1987. P. 223–224.
4. *Crosby S. McKnight*. Mason's Marks at Saint-Denis // *Mélanges offerts a Renй Crozet a l'occasion de son soixante-dixième anniversaire*. Vol. 1–2. – Poitiers, 1966. Pt. 2. – P. 714–717.
5. *Valera Diego de*. Tratado de las armas (Tratado de los rieptos e desafios) // *Biblioteca de Autores Espacoles*. T. 116. Prosistas castellanos del siglo XV. – Madrid, 1959. – P. 135.

О. А. ШТАЙН

*кандидат философских наук, доцент
Санкт-Петербургский государственный университет,
Россия, Екатеринбург
shtaynshtayn@gmail.com*

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ЛАНДШАФТ ГОРОДА НА ПРИМЕРЕ КОНСТРУКТИВИЗМА ЕКАТЕРИНБУРГА

Аннотация. Становление «прозрачной» архитектуры диктует городскому жителю новые формы визуальной коммуникации. Типичный топос обитания городского жителя формирует его биографию, отношение и ориентиры.